

11. Перерва П.Г., ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., КОБЕЛЁВА Т.О., ГЛАДЕНКО И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия. *Вестник НТУ "ХПИ"*: Техн. прогресс и эф-ть производства. Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. № 36-1. С. 12-22.

Кобелєва Т.О.,

к. е. н., доцент

Долина І.В.,

к. е. н., доцент

Матросов О.Д.,

к. е. н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ КОМПЛАЄНС-СЛУЖБИ

Теорія маркетингу передбачає проведення маркетингового супроводу не тільки товарів та послуг безпосередньо на відповідному ринку, але і маркетингове забезпечення процесів виробництва товарів. З цього приводу є доцільним розглянути процеси маркетингового супроводу управління процесами забезпечення комплаєнс-безпеки промислового підприємства.

Термін «комплаєнс» в цей час став відображенням ефективного, дієвого та етичного управління. Все більша кількість промислових підприємств та фінансових установ при виробництві і збуті продуктів використовують програму комплаєнс. Досвід показує, що там, де комплаєнс-функція є складовою корпоративного управління, виникають реальні передумови до зростання конкурентоспроможності підприємства та його продукції, поліпшення його техніко-економічних показників роботи, створення сприятливого соціально-психологічного клімату, забезпечення необхідного рівня економічної безпеки.

В цих умовах потрібна розробка теоретичних засад маркетингового

забезпечення роботи комплаєнс-служби промислового підприємства. Історично концепція комплаєнс формувалась в сфері боротьби з корупцією, протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом та фінансування тероризму. Відповідність законам, правилам і стандартам у сфері комплаєнса зазвичай стосується таких питань, як дотримання належних стандартів поведінки на ринку, управління конфліктами інтересів, справедливе ставлення до клієнтів і т.п.

На сьогоднішній день в нашій країні відсутня нормативна вимога щодо обов'язкового створення комплаєнс-служби на підприємствах реального сектору економіки. Це значить, що промислові підприємства можуть створювати або не створювати такі підрозділи на власний розсуд. В разі не створення комплаєнс-підрозділу це не визиває ніякого осуду з боку держави або її контролюючих органів.

Наші дослідження свідчать про те, що комплаєнс-підрозділи створені на невеликій частці промислових підприємства (вона не перевищує 10 відсотків), причому в переважній більшості існуючі комплаєнс-служби створені на великих підприємствах. На малих та середніх підприємствах реального сектору економіки вони практично відсутні.

Виходячи з цих посилань, вважаємо актуальною задачею розробку науково-методичних рекомендацій щодо формування на промислових підприємствах комплаєнс-служби та визначення її ролі та місця в організаційній структурі управління.

Нами пропонується при формуванні організаційної побудови комплаєнс-служби на промислових підприємствах виходити з системного підходу до її структуризації.

Системний підхід організаційної побудови комплаєнс-служби передбачає виконання наступних положень:

- перетин сфер відповідальності комплаєнс-служби і інших підрозділів підприємства не тільки необхідний, а і обов'язковий;
- перетин сфер відповідальності відбувається тільки в тих сферах комплаєнс-контролю (політиках і процедурах), які включені в стандартні

процеси управління комплаєнс-ризиком;

- комплаєнс-програма, розроблена з використанням системного підходу, передбачає наявність в організаційній структурі керівників комплаєнса як центральної управлінської ланка;

- комплаєнс-менеджери можуть перебувати в безпосередньому підпорядкуванні у директора по комплаєнсу (при виборі централізованої системи) або в непрямому підпорядкуванні у керівника бізнес-підрозділом (при виборі децентралізованої системи) в залежності від виду діяльності, кількості персоналу та географічного положення;

- співробітники несуть відповідальність за забезпечення роботи системи комплаєнс, тобто несуть непряму відповідальність за комплаєнс-ризик і пряму відповідальність за наявність і ефективність процедур і методології управління ризиками, пов'язаними з комплаєнс, обізнаність персоналу і самооцінку;

- менеджери лінійних підрозділів відповідальні за прийняття рішень або дії несуть повну відповідальність за непокору комплаєнс-менеджерам (комплаєнс-контролерам).

На нашу думку, використання централізованої схеми організації комплаєнс-служби доцільно для великих підприємств, діяльність яких перебуває під моніторингом рейтингових агентств (Standart Poors's, Moody's, Fitch).

Література:

1. Данилин О., Пустовалова Е. Комплаєнс-функция в современной организации. URL <https://www.int-comp.org.pdf>.
2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс программа промышленного предприятия. Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
3. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий

машиностроения. *Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса*. СПб.: Астерион, 2010. Т.2. п.6.2. С. 254-264.

4. Кобелєва Т.О., Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012- № 1. С. 79-88.

5. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.

6. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелєва Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління./ *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

7. Перерва П.Г., Кобелєва Т.О., Ткачова Н.П. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу. *Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : зб.наук.праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. Львів, 2015. № 819. С. 167-174.

8. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.

9. Перерва П.Г., Кобелєва Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку. *Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: зб. тез 5-ї Міжнар. конф. (29.09-1.10.2011 р.)*. Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. С. 161-163.

Косенко А.В.,

к.е.н., професор

Кобелєв В.М.,

к.е. н., доцент

Маслак М.В.,

к. е. н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»